

**ANALISIS KETERKAITAN USAHA INDUSTRI TAHU DI
KECAMATAN ADIWERNA KABUPATEN TEGAL
TAHUN 2019**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Geografi Fakultas Geografi**

Oleh:

MULYO FAJAR DWI SATRIO

E100160180

**PROGRAM STUDI GEOGRAFI
FAKULTAS GEOGRAFI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

**ANALISIS KETERKAITAN USAHA INDUSTRI TAHU DI
KECAMATAN ADIWERNA KABUPATEN TEGAL TAHUN 2019**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

MULYO FAJAR DWI SATRIO

E100160180

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Drs. Priyono, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN
ANALISIS KETERKAITAN USAHA INDUSTRI TAHU DI KECAMATAN
ADIWERNA KABUPATEN TEGAL TAHUN 2019

Oleh

Mulyo Fajar Dwi Satrio

E100160180

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji

Fakultas Geografi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Pada Hari : *Selasa*, 16 Maret 2021

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

Drs. Priyono M.Si

(Ketua Dewan Penguji)

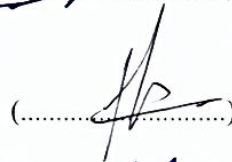
Dra. Umrotun, M.Si

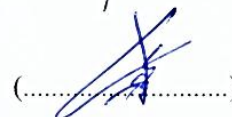
(Anggota I Dewan Penguji)

M Iqbal T Sunariya, S.Si., M.Sc., M.URP

(Anggota II Dewan Penguji)


(.....)


(.....)


(.....)



Drs. Yuli Priyana, M. Si.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Naskah Publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 7 Oktober 2020

Penulis



MULYO FAJAR DWI SATRIO

E100160180

ANALISIS KETERKAITAN USAHA INDUSTRI TAHU DI KECAMATAN ADIWERNA KABUPATEN TEGAL TANUN 2019

Abstrak

Salah satu permasalahan industri tahu di Kecamatan Adiwerna ialah kenaikan harga bahan baku kedelai yang tiap tahunnya terus merangkak naik berbanding terbalik dengan jumlah industri yang terus mengalami penurunan dan tingkat konsumsi tahu nasional yang terus mengalami kenaikan. Tujuan penelitian ini (1) Mengkaji distribusi pemasaran industri tahu di Kecamatan Adiwerna (2) Mengkaji keterkaitan usaha industri tahu di Kecamatan Adiwerna. Metode yang dipilih dalam penelitian ini yaitu metode survei dengan kuesioner untuk perolehan data. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *metode stratified quota sampling* adalah dimana memberi quota sampel secara proporsional pada setiap strata industri tahu dengan jumlah responden sebanyak 40 responden dengan jumlah strata rumah tangga sebanyak 25 industri dan industri kecil sebanyak 15 industri dengan populasi keseluruhan kurang lebih sekitar 500 industri. Teknik pengolahan data yang digunakan yaitu tabulasi frekuensi. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis spasial (keruangan). Jangkauan pemasaran hasil produksi tahu di lokasi penelitian sebanyak (60%) dengan estimasi penjualan mencapai 8,35 ton tahu memasarkannya dalam kota/kabupaten. Sedangkan jangkauan pemasaran luar kabupaten/kota sebesar (40%) dengan estimasi penjualan 5,1 ton Artinya sebagian besar pengusaha tahu di lokasi penelitian atau sebesar (40%) lebih memilih memasarkan hasil produksinya di dalam kabupaten/kota. Hal ini dikarenakan jumlah permintaan tahu di dalam kabupaten serta dalam wilayah penelitian cukup tinggi dan untuk pemasaran di luar daerah atau kabupaten ialah pengusaha yang rata-rata sudah memiliki alat transportasi berupa mobil/pick up sehingga memudahkan pendistribusian ke luar daerah. Untuk keterkaitan forward linkage yaitu keterkaitan pemasaran menunjukkan pendistribusian hasil produksi tahu dengan cara memasarkan langsung ke pedagang yang ada di pasar maupun keluar daerah dan keterkaitan backward linkage keterkaitan bahan baku menunjukkan sebagian besar tidak memiliki keterkaitan antar satu pengusaha 1 dengan lainnya. Salah satu permasalahan yang banyak terjadi yaitu berkaitan dengan terus naiknya harga kedelai di tiap tahunnya dengan harga Rp 8.000-9.000/kg dengan volume impor 30 Ribu ton/pertahun mengingat kebanyakan merupakan impor dari Amerika maupun China yang tentunya sangat berpengaruh terhadap kenaikan biaya produksi apabila dollar menguat terhadap rupiah.

Kata Kunci : Industri , Distribusi Pemasaran, Keterkaitan Industri.

Abstract

One of the problems of the tofu industry in Adiwerna Subdistrict is the increase in the price of soybean raw materials, which each year continues to creep up, inversely proportional to the number of industries that continue to decline and the level of

national consumption of tofu which continues to increase. The purpose of this study (1) To examine the marketing distribution of the tofu industry in Adiwerna District (2) To examine the relationship between the tofu industry in Adiwerna District. The method chosen in this study is a survey method with a questionnaire for data collection. The sampling method used in this study is the *stratified quota sampling* method, which is to provide a proportional quota sample at each tofu industry level with 40 respondents with a total of 25 household strata and 15 small industries with a total population of approximately 500 industries. The data processing technique used is frequency tabulation. This research uses descriptive analysis and spatial analysis (spatial). The marketing coverage of tofu production in the research location is as much as (60%) with an estimated sales of 8.35 tonnes to market it in cities / regencies. Meanwhile, the marketing reach outside the district / city is (40%) with an estimated sales of 5.1 tonnes. This means that most tofu entrepreneurs at the research location or (40%) prefer to market their products within the district / city. This is because the number of requests for tofu in the regency as well as in the research area is quite high and for marketing outside the region or district are entrepreneurs who on average already have a means of transportation in the form of a car / pick-up so that it makes it easier to distribute outside the region. For forward linkage, namely marketing linkage, it shows the distribution of tofu production by marketing directly to traders in the market and outside the region and backward linkage linkages, the relationship between raw materials shows that most of them have no relationship between one entrepreneur 1 and another. One of the many problems that occur is related to the continuing increase in the price of soybeans each year at a price of Rp. 8,000-9,000 / kg with an import volume of 30 thousand tons / year, considering that most of them are imports from America and China which of course greatly affect the increase in production costs if the dollar strengthened against the rupiah.

Keywords: Industry, Marketing Distribution, Industry Linkage.

1. PENDAHULUAN

Industri merupakan sektor yang memiliki peranan penting dalam pengembangan suatu wilayah. Pandangan semua negara setuju akan pentingnya industrialisasi adalah suatu keharusan karena menjamin kelangsungan pembangunan ekonomi jangka panjang dengan laju pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan menghasilkan peningkatan pendapatan perkapita setiap tahun. Pembangunan ekonomi di suatu negara dalam periode jangka panjang akan membawa perubahan mendasar dalam struktur ekonomi negara tersebut, yaitu dari ekonomi

tradisional yang dititikberatkan pada sektor pertanian ke ekonomi modern yang didominasi oleh sektor industri (Tambunan, 2001: 15).

Konsumsi tahu dan tempe berdasarkan rumah secara nasional per Kapita per tahun menunjukkan daya konsumsi tahu lebih sedikit dari tempe tetapi tiap tahun terus mengalami peningkatan dari tahun 2002 sampai 2018. Perkembangan konsumsi tahu di tingkat rumah tangga di Indonesia selama tahun 2002-2018 berfluktuatif. Rata-rata konsumsi tahu tahun 2002-2017 adalah sebesar 7,41 kg/kapita/th. Sementara untuk konsumsi tempe sedikit lebih besar dari konsumsi tahu pada periode yang sama, yaitu sebesar 7,49 kg/kapita/th. Prediksi konsumsi kedelai dalam wujud tahu tahun 2019 hingga 2021 diperkirakan meningkat rata-rata sebesar 1,78%. Konsumsi tahu diprediksikan sebesar 8,38 kg/kapita pada tahun 2018 dan terus meningkat menjadi sebesar 8,67 kg/kapita pada tahun 2021. Begitu pula untuk konsumsi tempe diprediksikan mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2018. Konsumsi tempe diprediksikan sebesar 7,89 kg/kapita pada tahun 2019 dan terus meningkat menjadi sebesar 8,01 kg/kapita pada tahun 2021.

Kecamatan Adiwerna merupakan kecamatan berbatasan dengan kecamatan Dukuhturi di utara Talang dan Pangkah di timur, kecamatan Slawi dan Dukuhwaru di selatan dan kecamatan Jatibarang Brebes di sebelah Barat. Salah satu industri yang sampai saat ini terus berkembang dan bertahan ialah industri tahu. Sudah tidak asing lagi kecamatan Adiwerna merupakan sentranya industri tahu di Kabupaten Tegal. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2017 jumlah industri sebanyak 814 unit mengalami penurunan pada tahun berikutnya menjadi 527 dan mengalami penurunan kembali pada 2019 sebanyak 513 unit. Tentunya ada beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan tersebut diantaranya naiknya harga bahan baku kedelai karena kebanyakan mengandalkan kedelai impor. Peningkatan harga kedelai impor memberikan dampak yang besar terhadap industri tahu dan tempe dimana biaya bahan baku ini mengambil porsi sebanyak 82,99 persen dari total biaya produksi.

Peningkatan harga kedelai impor mengakibatkan pengrajin tahu di beberapa wilayah tidak berproduksi lagi dan pindah ke usaha lain. Hal ini diduga terjadi karena modal yang dimiliki terbatas untuk membeli kedelai akibat fluktuasi harga kedelai(Dermawan, 1999).

Menurut data Listing sensus ekonomi tahun 2018. Masalah yang dimiliki wilayah yang memiliki potensi ekonomi dengan produk unggulannya ialah sedikitnya pengusaha yang mengakses secara produktif (Modal,teknologi dan pasar) sehingga pelaku usaha belum optimal dalam pengembangan produk yang dimilikinya. Tak terkecuali dengan industri tahu yang ada di Kecamatan Adiwerna ini dirasa belum optimal dalam pengelolaan SDM serta pemasarannya. Industri tahu di Kecamatan Adiwerna kebanyakan masih berada pada level usaha kecil. Usaha kecil tentunya sangat bergantung pada nilai pasar yang terjadi terutama berkaitan dengan bahan baku kedelai yang masih mengandalkan kedelai impor. Berkaitan dengan bahan baku utamanya yang terus mengalami kenaikan tiap tahunnya serta pemasaran yang belum optimal. Meningkatnya harga dollar yang terus naik tentunya mempengaruhi dalam proses produksi berkaitan biaya produksi namun tidak diimbangi dengan permintaan pasar yang tinggi juga.

Kajian berkaitan dengan industri tahu tentunya perlu dilakukan mengingat industri tahu merupakan sektor unggulan di Kecamatan Adiwerna yang dapat menjadi sektor kunci dalam perkembangan ekonomi di wilayah di Kecamatan adiwerna khususnya. Tinjauan geografi berkaitan dengan aspek keruangan salah satu caranya dengan kajian strategis industri yang menghubungkan keterkaitan industri backward linkage dan forward linkage. Keberadaan industri di Kecamatan Adiwerna secara umum menyebar hampir di setiap desa di kecamatan. Berdasarkan yang disebutkan diatas penelitian ini berusaha menelaah dengan pembatasan masalah distribusi spasial pemasaran serta keterkaitan Backward linkage dan Forward linkage.

Dari latar belakang di atas maka peneliti menentukan judul untuk penelitian ini yaitu “ANALISIS KETERKAITAN USAHA INDUSTRI TAHU DI

KECAMATAN ADIWERNA KABUPATEN TEGAL DI TAHUN 2019”.

2. METODE

Metode Penelitian yang digunakan ialah survei. Peneliti melakukan observasi secara langsung untuk mendapatkan gejala-gejala maupun fakta secara aktual dan akurat. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode survey. Menurut Sugiyono (2012:29) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Sedangkan menurut Tika (1997:9) mengatakan bahwa “survey adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan sejumlah besar data berupa variabel, unit atau individu dalam waktu yang bersamaan, data dikumpulkan melalui individu atau sampel fisik tertentu dengan tujuan agar dapat menggeneralisasikan terhadap apa yang diteliti. Variabel yang dikumpulkan dapat bersifat fisik maupun sosial”.

Metode pengambilan sampel penelitian ini dengan menggunakan metode stratified quota sampling adalah dimana memberi quota sampel secara proporsional pada setiap strata industri tahu. Strata yang ada di industri tahu di Kecamatan Adiwerna didominasi industri kecil dan industri rumah tangga sedangkan untuk industri besar tidak ada karena jumlah tenaga kerja tidak ada yang lebih 100 orang. Berikut quota sampling.

Tabel 1. Quota Sampling Pada Industri Tahu

No	Kelas Industri	Jumlah
1	Industri Rumah Tangga	25
2	Industri Kecil	15
	Jumlah total	40

Sumber : Penulis, 2020

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Distribusi Pemasaran serta Interaksi Sosial

Distribusi Pemasaran adalah salah satu kegiatan atau proses mendistribusikan barang kepada para konsumen dengan mengantar langsung atau diambil dari

pengusaha dalam sebuah lingkup keruangan. Interaksi spasial adalah suatu hubungan timbal balik antara wilayah satu dengan lainnya, atau dapat dikatakan sebagai cara mengelola ruang-ruang berdasarkan potensi dan permasalahannya dan keterkaitan suatu ruang dengan ruang-ruang disekitarnya. Dengan adanya interaksi yang terjadi tentunya memudahkan para pengusaha untuk memperluas jangkauan pemasarannya hingga keluar daerah. Kecamatan Adiwerna merupakan sentra industri penghasil tahu yang berada di Kabupaten Tegal. Setelah dilakukan penelitian, peneliti menemukan bagaimana interaksi spasial pemasaran tahu di Kecamatan Adiwerna dan sekitarnya. Adapun beberapa hal yang terkait dengan interaksi spasial pemasaran tahu yang ada di Kecamatan Adiwerna antara lain: 1) Jangkauan lokasi pemasaran tahu, 2) Persentase pemasaran dan jumlah volume pemasaran dalam seminggu terakhir terhitung sewaktu wawancara kuesioner tanggal 19 Oktober 2020 dengan satu kali produksi rata-rata untuk bahan baku mencapai 1 kwintal untuk 10 kali olahan dengan satu kali olahan mencapai 5 kg dengan estimasi kisaran 3000-4000 biji tahu. Berikut tabel 2 adalah penjabarannya : jangkauan pemasaran serta jumlah volume penjualan (ton).

Tabel 2. Jangkauan pemasaran serta volume penjualan tahu di Kecamatan Adiwerna

Jangkauan Pemasaran	F	%	Jumlah volume penjualan satu minggu terakhir (Ton)
Luar kabupaten/kota			
Pemalang	4	10	1,4
Brebes	5	12,5	1,75
Cirebon	3	7,5	1,05
Pekalongan	2	5	0,7
Bekasi	2	5	0,2
Jumlah	16	40	5,1 Ton
Dalam kabupaten/kota	9	22,5	3,1
Kec. Adiwerna	8	20	2,8
Kota Tegal	7	17,5	2,45

Kabupaten Tegal			
Jumlah	24	60	8,35 Ton
Jumlah Total	40	100	13,45 Ton

Sumber : Penulis 2020

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan adanya interaksi lokasi penelitian dengan wilayah lain serta jangkauan pemasaran hasil produksi tahu di lokasi penelitian sebanyak (60%) dengan estimasi penjualan mencapai 8,35 ton tahu memasarkannya dalam kota/kabupaten. Sedangkan jangkauan pemasaran luar kabupaten/kota sebesar (40%) dengan estimasi penjualan 5,1 ton Artinya sebagian besar pengusaha tahu di lokasi penelitian atau sebesar (40%) lebih memilih memasarkan hasil produksinya di dalam kabupaten/kota. Hal ini dikarenakan jumlah permintaan tahu di dalam kabupaten serta dalam wilayah penelitian cukup tinggi dan untuk pemasaran di luar daerah atau kabupaten ialah pengusaha yang rata-rata sudah memiliki alat transportasi berupa mobil/pick up sehingga memudahkan pendistribusian ke luar daerah dan kebanyakan sudah memproduksi tahu jumlah yang cukup besar dan jumlah tenaga kerja 1-6 orang. Untuk jangkauan pemasaran ke luar daerah sudah mencapai Pemalang, Brebes, Pekalongan, Cirebon hingga Bekasi . Padahal jika pengusaha mampu menjangkau pemasaran sampai ke luar daerah tentunya akan berpengaruh terhadap penghasilan mengingat permintaan tahu dari luar daerah termasuk tinggi. Berikut peta jangkauan pemasaran di Kecamatan Adiwerna.

3.2. Keterkaitan Kedepan (Forward Linkage)

Keterkaitan atau kerjasama yang terjadi antara pengusaha tahu di Kecamatan Adiwerna dengan konsumennya dalam hal distribusi pemasaran produk. Keterkaitan ini bersifat seimbang karena adanya interaksi yang berlangsung antara pengusaha dan konsumen yang tentunya saling membantu satu sama lain. Dengan adanya interaksi serta komunikasi antara konsumen dengan pengusaha

tentunya memudahkan pengusaha untuk mendistribusikan hasil produksinya menjadi lebih mudah dan mempercepat proses pendistribusian berkaitan dengan pemasaran.

Tabel 3. Keterkaitan hubungan pengusaha dengan konsumen

Keterkaitan hubungan pengusaha dengan konsumen	F	%
Memiliki keterkaitan	40	100
Tidak memiliki keterkaitan	0	0
Lanjutan Tabel 3		
Jumlah	40	100

Sumber: Penulis 2020

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukan secara keseluruhan atau 100% pengusaha memiliki keterkaitan dalam hal ini dengan konsumen. Hal ini menunjukan keterkaitan tentunya penting mengingat terjadi interaksi jual beli antara pengusaha dengan konsumen berkaitan dengan pemasaran serta hubungan timbal balik yang terjadi antara pengusaha tahu dengan konsumennya yang tentunya berpengaruh terhadap penjualan hasil produksi tahu serta pendistribusian maupun jangkauan pemasaran.

3.3. Keterkaitan Kebelakang (Backward Linkage)

Keterkaitan kebelakang (*Backward Linkage*) tercermin dari adanya hubungan antara pengusaha tahu dengan pengusaha lain seperti penyedia bahan baku maupun asal bahan baku. Pembelian bahan baku kedelai dilakukan secara langsung kebanyakan pengusaha membeli langsung ke tengkulak yang ada di pasar. setengah jadi dilakukan secara langsung tanpa adanya perantara. Berikut tabel 4 keterkaitan dalam hal bahan baku.

Tabel 4. Keterkaitan dalam hal bahan baku

Keterkaitan dalam hal Bahan Baku	F	%
Memiliki keterkaitan	12	30
Tidak memiliki keterkaitan	28	70
Jumlah	40	100

Sumber : Penulis 2020

Berdasarkan tabel 4 di atas pengusaha yang memiliki keterkaitan dalam hal bahan baku sebanyak 12 pengusaha dengan persentase 30% sedangkan untuk pengusaha yang tidak memiliki keterkaitan sebanyak 28 pengusaha dengan persentase 70% . Hal ini dikarenakan industri tahu merupakan industri pengolahan makanan dari bahan mentah menjadi bahan siap makan/akhir produksi. Dimana kebanyakan pengusaha mengambil bahan baku dari tengkulak dan langsung di proses hingga akhir produksi untuk dipasarkan. Sedangkan sebanyak 12 dengan persentase 30% memiliki keterkaitan hal ini dikarenakan memiliki hubungan kekeluargaan dengan jumlah tenaga kerja kurang dari 3 orang maupun tetangga sehingga untuk penggunaan bahan baku terkadang antar pengusaha saling bertukar maupun meminjam bahan baku berupa kedelai apabila kekurangan bahan baku atau produksi sedang meningkat.

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

1. Dengan permintaan serta konsumsi tahu yang tiap tahunnya terus mengalami peningkatan tentunya pengusaha industri harus mampu memenuhi kebutuhan pasar dengan menjangkau pemasaran yang lebih luas lagi dimana kebanyakan pengusaha industri tahu di lokasi penelitian jangkauan pemasaran keluar daerah dianggap kurang optimal dimana penjualannya sebanyak 60% masih berputik di wilayah penelitian sehingga kurang menjangkau ke wilayah lain.
2. Bahan baku merupakan salah satu faktor terpenting dalam keberlangsungan

industri. Permasalahan berkaitan bahan baku ialah mayoritas kedelai yang digunakan berasal dari kedelai impor China dan Amerika dimana sangat tergantung pada fluktuasi dollar yang juga mengakibatkan pembengkakan biaya produksi serta beberapa pengusaha gulung tikar/stop sementara produksi tahunya akibat pandemi ini diakibatkan mahalanya kedelai itu sendiri.

3. Keterkaitan Kedepan (*forward linkage*) Adalah kerjasama yang terjadi antara pengusaha tahu di Kecamatan Adiwerna dengan konsumennya dalam hal distribusi pemasaran produk. Hal ini menunjukkan keterkaitan tentunya penting mengingat terjadi interaksi jual beli antara pengusaha dengan konsumen berkaitan dengan pemasaran serta hubungan timbal balik yang terjadi antara pengusaha tahu dengan konsumennya yang tentunya berpengaruh terhadap penjualan hasil produksi tahu serta pendistribusian maupun jangkauan pemasaran sehingga berpengaruh pada besarnya pendapatan.
4. Keterkaitan kebelakang (*Backward Linkage*) tercermin dari adanya hubungan antara pengusaha tahu dengan pengusaha lain seperti penyedia bahan baku maupun asal bahan baku.. Hal ini dikarenakan industri tahu merupakan industri pengolahan makanan dari bahan mentah menjadi bahan makan/akhir produksi. Mengingat bahan baku merupakan salah satu aspek terpenting dalam keberlangsungan industri di lokasi penelitian dengan ketersediaan bahan baku yang memadai dan stabil tentunya keberlangsungan industri pun terus berjalan.

4.2. Saran

1. Saran untuk pemerintah perlunya peran penting pemerintah terhadap ke stabilan harga kedelai mengingat kedelai salah satu yang terpenting dalam industri tahu, selain itu, pemerintah juga harus sering melakukan sosialisasi berkaitan dengan limbah yang dihasilkan oleh industri tahu sehingga tidak merusak lingkungan sekitar.
2. Saran untuk pengusaha perlu adanya inovasi maupun gebrakan dalam hal pemasaran mengingat pemasaran kebanyakan masih offline perlu adanya

digitalisasi pemasaran dengan cara online sehingga mampu menjangkau pemasaran yang lebih luas lagi serta perlu dibentuk lagi sebuah kumpulan/paguyuban agar terjalin hubungan yang baik antara para pengusaha tahu mengingat saat dilakukan wawancara kemarin paguyuban sudah tidak aktif lagi.

3. Saran untuk peneliti yang selanjutnya untuk jumlah industri yang lebih banyak agar pembaca mengetahui persebaran lokasi industri..

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2018). *Kecamatan Adiwerna Dalam Angka Tahun 2018*. Tegal : BPS Kabupaten Tegal.

Survei Sosial Ekonomi Nasional. (2018) *Perkembangan Konsumsi Tahu dan Tempe Dalam Rumah Tangga Di Indonesia Tahun 2002-2018 Serta Prediksi Tahun 2019-2020*. SUSENAS.

Badan Lingkungan Hidup Kabupaten Tegal. (2013) *Jumlah Industri Tahu Berdasarkan Desa Di Kecamatan Adiwerna*. Tegal : BLH Kabupaten Tegal

Dinas Perindustrian Perdagangan Kabupaten Tegal. (2013). *Jumlah Industri Tahu Kabupaten Tegal 2013*. Tegal : Dinas Perindustrian Perdagangan Kabupaten Tegal.

Hadi Sabari Yunus (2010). *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Apriliani, F. (2016). *KONTINUITAS BATIK SEMARANGAN* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).